

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	viii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang	2
1.3 Perumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	14
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
2.1.1 Manajemen Pemasaran	16
2.1.3 Perilaku Konsumen	18
2.1.4 E-commerce	19
2.1.5 Celebrity endorsement	21
2.1.5.1 Faktor-faktor memilih celebrity endorser	21
2.1.5.2 Celebrity Credibility	21
2.1.5.3 Celebrity Attractiveness.....	22
2.1.6 Online consumer review	23
2.1.7 Brand loyalty.....	23
2.1.8 Brand awareness	24
2.1.9 E-wom.....	24
2.1.10 Purchase intention	25
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	3

2.4 Hipotesis Penelitian	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Jenis Penelitian.....	44
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	45
3.2.1 Operasional Variabel	46
3.3 Tahapan Penelitian.....	51
3.4 Populasi dan Sampel	53
3.4.1 Populasi.....	53
3.4.2 Sampel.....	54
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	55
3.5.1 Pengumpulan Data	55
3.5.2 Sumber Data.....	55
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	56
3.6.1 Uji Validitas	56
3.6.2 Uji Realibilitas	59
3.7 Teknik Analisis Data.....	60
3.7.1 Analisis Data Deskriptif.....	60
3.7.2 Structural Equation Model (SEM).....	61
3.7.3 Model Pengukuran (Outer Model).....	62
3.7.4 Model Struktural (Inner Model).....	63
3.7.5 Pengujian Hipotesis	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Karakteristik Responden.....	67
4.1.1 Screening Awal Responden	67
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Latar belakang Pendidikan.....	70
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan Perbulan.....	71
4.2 Hasil Penelitian	72

4.2.1 Hasil Analisis Deskriptif.....	72
4.2.3 Uji Inner Model.....	82
4.2.4 Uji Hipotesis	87
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	90
4.3.1 Pembahasan Analisis Deskriptif	90
4.3.2 Pembahasan Hasil Uji dan Analisis	90
4.3.3 Implikasi dan Analisis Manajerial	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran	103
5.3 Saran Teoritis	103
5.4 Saran Praktis	104
DAFTAR PUSTAKA.....	107
LAMPIRAN.....	113